



## PENGEMBANGAN PROFIL DIGITAL DESA GAJAHREJO SEBAGAI BRANDING DESA WISATA

*Development Of The Digital Profile Of Gajahrejo Village As A Branding Strategy For A Tourism Village*

**Tomy Rizky Izzalqurny<sup>1\*</sup>, Alif Faruqi Febri Yanto<sup>1</sup>, Anita Sulistyorini<sup>2</sup>, Rifaldy Adinandra Ferdiansyah<sup>3</sup>,**

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Malang, <sup>2</sup>Program Studi Kesehatan Masyarakat Universitas Negeri Malang, <sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang

*Jl. Ambarawa No. 5, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145*

\*Alamat Korespondensi: [tomyrizky.izzalqurny.fe@um.ac.id](mailto:tomyrizky.izzalqurny.fe@um.ac.id)

*(Tanggal Submission: 31 Agustus 2024, Tanggal Accepted : 24 November 2024)*



### **Kata Kunci :**

*profil digital, branding, desa wisata, pariwisata, promosi*

### **Abstrak :**

Desa Gajahrejo di Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang, memiliki potensi wisata yang besar dengan enam pantai dan coban yang menarik. Namun, tantangan dalam mempromosikan potensi wisata desa ini masih signifikan, terutama karena keterbatasan akses teknologi digital dan infrastruktur internet. Tujuan pengabdian ini adalah mengembangkan konten wisata yang ada di Desa Gajahrejo, dengan demikian dilakukan pengembangan profil digital sebagai strategi branding desa wisata diharapkan dapat meningkatkan visibilitas Desa Gajahrejo di kalangan wisatawan domestik dan internasional. Pengabdian ini dilakukan di Desa Gajahrejo Gedangan Kabupaten Malang, dari bulan April sampai Oktober 2024. Metode pengabdian ini adalah pengembangan konten digital, pelatihan masyarakat dalam pengelolaan media sosial, serta pembuatan website dan akun media sosial resmi desa. Hasil pengabdian ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam interaksi digital dan kesadaran wisatawan terhadap Desa Gajahrejo. Melalui strategi branding berbasis digital yang berkelanjutan, Desa Gajahrejo berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan di Kabupaten Malang.

### **Key word :**

*digital profile, branding, tourism village, tourism, promotion*

### **Abstract :**

Gajahrejo Village in Gedangan District, Malang Regency, has great tourism potential with six attractive beaches and coban. However, the challenges in promoting the tourism potential of this village are still significant, especially due to limited access to digital technology and internet infrastructure. The purpose of this community service is to develop tourism content in Gajahrejo Village,



thus developing a digital profile as a branding strategy for tourist villages is expected to increase the visibility of Gajahrejo Village among domestic and international tourists. This community service was carried out in Gajahrejo Village, Gedangan, Malang Regency, from April to October 2024. The methods of this community service are developing digital content, training the community in managing social media, and creating an official village website and social media accounts. The results of this community service show a significant increase in digital interaction and tourist awareness of Gajahrejo Village. Through a sustainable digital-based branding strategy, Gajahrejo Village has the potential to become a leading tourist destination in Malang Regency.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7<sup>th</sup> edition) :

Izzalqurny, T. R., Yanto, A. F. F., Sulistyorini, A., & Ferdiansyah, R. A. (2024). Pengembangan Profil Digital Desa Gajahrejo Sebagai Branding Desa Wisata. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 2248-2259. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1874>

## PENDAHULUAN

Desa Gajahrejo terletak di Kecamatan Gedangan Kabupaten Malang Jawa Timur yang memiliki kawasan strategis dan banyak potensi. Salah satu potensi yang dimiliki Desa Gajahrejo yaitu potensi pariwisata yang terdiri dari enam pantai dan coban potensial wisata antara lain pantai Bajulmati, Ungkapan, Watu Leter, Teluk Asmoro, Parang Dowo, dan Teluk Bengkung. Namun potensi tersebut belum sepenuhnya tereksplorasi, menghadapi tantangan dalam mempromosikan potensi wisata yang dimilikinya.



Gambar 1. Peta Desa Gajahrejo

Branding merupakan komponen esensial dalam pengembangan desa wisata, terutama dalam membangun identitas yang kuat dan menarik bagi wisatawan ( Dewi *et al.*, 2024). Dalam konteks pariwisata, branding tidak hanya mencakup penciptaan citra positif, tetapi juga pengelolaan persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata tersebut. Salah satu alat yang sangat efektif dalam branding adalah profil digital, yang mencakup penggunaan media sosial, website, dan konten digital lainnya ( Mahardika *et al.*, 2023). Profil digital memungkinkan desa wisata untuk memperkenalkan dan mempromosikan potensi serta daya tariknya secara lebih luas, efisien, dan terarah (Bulan *n.d.*; Peramusiwi & Wijayanti, 2024).



Gambar 2. Branding

Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan perkembangan teknologi informasi di Indonesia, digitalisasi desa wisata telah menjadi strategi yang sangat relevan untuk menarik wisatawan domestik maupun internasional (Muliawanti & Susanti, 2020). Data menunjukkan bahwa lebih dari 73% populasi Indonesia telah terhubung dengan internet, dan ini menciptakan peluang besar bagi desa wisata untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui platform digital (Mulyono *et al.*, 2024). Penggunaan teknologi digital dalam branding desa wisata terbukti mampu meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap destinasi tersebut. Sebagai contoh, pengembangan wisata di Selotirtogiri dan promosi tempat wisata lokal di Bukit Semar telah menunjukkan hasil positif dalam menarik wisatawan melalui strategi digital yang tepat (Asmoro & Aziz, 2020; Firmansyah *et al.*, 2022).



Gambar 3. Pantai di Desa Gajahrejo

Desa Gajahrejo, yang memiliki potensi wisata besar, menghadapi beberapa tantangan utama dalam upaya branding dan promosi wisatanya. Tantangan pertama adalah keterbatasan akses terhadap teknologi digital dan infrastruktur internet, yang menjadi hambatan signifikan dalam mengimplementasikan strategi digital yang efektif. Hal ini konsisten dengan temuan dari Ruby *et al.*, (2024) yang menunjukkan bahwa keterbatasan infrastruktur digital dapat menghambat upaya promosi wisata secara luas dan efektif.

Tantangan kedua yang dihadapi Desa Gajahrejo adalah kurangnya keterampilan masyarakat setempat dalam mengelola media digital untuk keperluan promosi, yang menyebabkan potensi wisata desa tidak tergarap dengan maksimal. Diwyarthi, (2023); Diwyarthi, (2021) dalam penelitian mereka menemukan bahwa peningkatan keterampilan masyarakat melalui pelatihan digital dapat secara signifikan meningkatkan kemampuan desa dalam memanfaatkan media digital untuk promosi wisata, yang juga relevan dengan kondisi di Desa Gajahrejo.

Tantangan ketiga adalah belum adanya konten digital yang menarik dan konsisten, serta strategi pemasaran yang optimal untuk menarik wisatawan secara berkelanjutan. Studi (Achmad *et al.*, 2024) tentang pengembangan kampung wisata kuliner di RW 04 Haurpancuh II menunjukkan bahwa konten digital yang dirancang dengan baik dan strategi pemasaran digital yang tepat dapat secara signifikan meningkatkan visibilitas dan daya tarik suatu desa wisata. Keberhasilan serupa juga ditemukan oleh (Ghofar *et al.*, 2023) dalam pengembangan branding digital di Desa Serang, di mana

konten digital yang konsisten dan menarik berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperkuat posisi desa sebagai destinasi wisata unggulan.

Masalah-masalah ini berdampak pada rendahnya visibilitas Desa Gajahrejo sebagai destinasi wisata yang menarik, baik di kalangan wisatawan domestik maupun internasional. Jika tantangan-tantangan ini tidak segera diatasi, hal tersebut dapat menghambat pertumbuhan sektor pariwisata di desa tersebut dan mengurangi peluang ekonomi bagi masyarakat setempat. Berdasarkan temuan dari studi-studi sebelumnya, jelas bahwa diperlukan intervensi strategis untuk mengatasi hambatan-hambatan ini, termasuk pengembangan infrastruktur digital, peningkatan kapasitas masyarakat, serta implementasi strategi konten dan pemasaran digital yang efektif.

Pengembangan profil digital ini bertujuan untuk secara signifikan meningkatkan visibilitas Desa Gajahrejo di mata wisatawan, menarik lebih banyak pengunjung, serta memperkuat identitas dan daya saing desa sebagai destinasi wisata unggulan. Melalui implementasi strategi branding berbasis digital yang terstruktur dan berkelanjutan (Kartinawati, 2024). Desa Gajahrejo diharapkan dapat memanfaatkan berbagai platform online secara optimal untuk mempromosikan keunikan budaya, kekayaan alam, dan potensi wisatanya. Pendekatan ini tidak hanya memungkinkan desa untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga untuk membangun citra yang konsisten dan menarik di kalangan wisatawan domestik maupun internasional (Bestari *et al.*, 2023; Malihah *et al.*, 2024)

Pengabdian ini juga bertujuan untuk menyediakan rekomendasi strategis yang komprehensif bagi pengelolaan dan optimalisasi profil digital Desa Gajahrejo. Selain itu, pengabdian ini menawarkan panduan praktis bagi pemerintah desa dan masyarakat setempat dalam mengembangkan konten digital yang menarik, relevan, dan berdaya tarik tinggi. Dengan adanya panduan ini, diharapkan masyarakat dapat berperan aktif dalam pengelolaan profil digital secara mandiri dan berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, Desa Gajahrejo tidak hanya dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata, tetapi juga berpotensi menjadi model atau contoh sukses bagi desa-desa lain yang berupaya memanfaatkan teknologi digital untuk branding dan pengembangan pariwisata mereka.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Gajahrejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang, dengan fokus pada pengembangan profil digital desa sebagai strategi branding untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing desa sebagai destinasi wisata. Berdasarkan hasil observasi, desa ini memiliki potensi wisata yang besar namun menghadapi tantangan dalam akses teknologi digital dan keterampilan masyarakat dalam pengelolaan media digital.

Program ini, yang berlangsung dari 30 April hingga Oktober 2024, bertujuan untuk mengatasi tantangan tersebut melalui pengembangan profil digital yang efektif, memanfaatkan berbagai platform online untuk promosi, serta menyediakan panduan praktis bagi desa yaitu perangkat desa Gajahrejo dalam pengelolaan konten digital. Metode yang digunakan mencakup observasi, pelaksanaan (pengembangan konten digital dan implementasi profil desa), serta evaluasi untuk memastikan efektivitas strategi branding yang diterapkan.



Gambar 4. Pelaksanaan Pengabdian

## Observasi

Tahap pertama adalah observasi, yang dilakukan untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan dalam branding dan promosi wisata Desa Gajahrejo. Pada tahap ini, data awal dikumpulkan melalui pengamatan langsung terhadap kondisi fisik desa, infrastruktur digital, serta potensi wisata yang dimiliki desa. Selain itu, dilakukan analisis terhadap literasi digital masyarakat dan kesiapan mereka dalam mengelola media digital untuk promosi. Hasil observasi ini kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memahami kekuatan dan kelemahan internal desa serta peluang dan ancaman eksternal yang mungkin memengaruhi upaya branding.

## Pelaksanaan

Setelah tahap observasi, dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan, yang terdiri dari pengembangan konten digital dan implementasi profil desa. Pengembangan konten digital dilakukan dengan menciptakan berbagai materi promosi, seperti foto, video, dan artikel, yang menggambarkan keunikan Desa Gajahrejo. Tim pengabdian bekerja sama dengan masyarakat desa, terutama generasi muda, untuk memproduksi konten yang menarik dan relevan. Selain itu, masyarakat dilatih dalam teknik pengelolaan konten digital, mencakup fotografi, videografi, dan penggunaan media sosial untuk promosi. Implementasi profil desa melibatkan pembuatan website resmi Desa Gajahrejo yang memuat informasi lengkap tentang destinasi wisata, budaya, dan produk lokal. Profil desa ini juga diperkuat dengan pengelolaan akun media sosial yang profesional, seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, untuk meningkatkan visibilitas desa di dunia maya.

## Evaluasi

Tahap terakhir adalah evaluasi, yang bertujuan untuk menilai efektivitas dari profil digital yang telah diimplementasikan. Evaluasi dilakukan dengan menganalisis performa konten digital berdasarkan metrik media sosial dan data pengunjung website. Selain itu, umpan balik dari masyarakat desa dan wisatawan dikumpulkan untuk menilai dampak dari profil digital terhadap jumlah kunjungan wisatawan dan persepsi mereka terhadap Desa Gajahrejo. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Monitoring berkelanjutan juga dilakukan untuk memastikan profil digital desa tetap relevan dan dapat beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Observasi

Pada tahap awal kegiatan, tim pengabdian dari Universitas Negeri Malang (UM) melakukan survei lapangan secara menyeluruh untuk mengidentifikasi kebutuhan dan potensi Desa Jatirejoyoso dalam pengolahan kopi. Survei ini dimulai dengan diskusi mendalam bersama kepala desa dan Kepala Dusun untuk mendapatkan gambaran komprehensif mengenai kondisi yang ada, termasuk tantangan serta peluang yang dihadapi oleh petani kopi di desa tersebut. Diskusi ini memberikan wawasan berharga yang menjadi dasar bagi perumusan strategi program pengabdian yang lebih tepat sasaran, baik dari aspek teknis maupun ekonomi.



Gambar 5. Diskusi dengan Kepala Desa Gajahrejo

Hasilnya didapatkan bahwa terdapat sejarah yang menarik dari asal mula Gajahrejo, dan dari sejarahnya maka Desa Gajahrejo memiliki potensi menjadi desa besar. Gajahrejo juga memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan enam pantai potensial sebagai destinasi wisata, yang mencakup Pantai Bajul Mati, Pantai Ungapan, Pantai Jelangkung, Pantai Parang Dowo, Pantai Watu Lepek, dan Pantai Batu Bengkung. Memiliki potensi Gua Kelelawar serta memiliki potensi 2 air terjun. Namun potensi tersebut terhalang dengan akses yang masih dalam proses pengembangan. Pada Tahap ini pemerintah desa Gajahrejo sudah melakukan upaya optimal sehingga banyak sekali pembangunan yang dilakukan terutama terkait infrastruktur penunjang desa Gajahrejo. Dalam pengembangan branding ini maka memang sangat diperlukan digitalisasi konten desa wisata.



Gambar 6. Diskusi dengan Kepala Dusun Desa Gajahrejo

Sebelum melaksanakan pengembangan konten digital dan implementasi profil desa, tim pengabdian juga melakukan observasi mendalam di Desa Gajahrejo dengan berdiskusi dengan kepala dusun desa Gajahrejo yaitu kepala dusun Desa Krajan, Sumberlele, Ardimulyo dan Bajulmati. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi potensi serta tantangan yang dihadapi dalam upaya branding dan promosi wisata. Temuan observasi juga mendukung diskusi sebelumnya dengan bapak kepala desa yang menunjukkan bahwa Desa Gajahrejo memiliki enam pantai potensial sebagai destinasi wisata, yang mencakup Pantai Bajul Mati, Pantai Ungapan, Pantai Jelangkung, Pantai Parang Dowo, Pantai Watu Lepek, dan Pantai Batu Bengkung, dan beragam potensi pertanian air terjun serta Goa. Meskipun potensi wisata ini sangat besar, observasi mengungkapkan beberapa kendala utama yang menghambat pengembangan pariwisata desa.

Pertama, ditemukan bahwa promosi dan branding yang dilakukan selama ini masih minim dan kurang efektif, sehingga banyak potensi wisata yang belum dikenal luas oleh wisatawan. Kedua, keterbatasan akses terhadap teknologi digital dan infrastruktur internet yang memadai menjadi penghalang dalam mengimplementasikan strategi promosi yang lebih modern dan luas. Untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal desa, serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat memengaruhi pengembangan pariwisata. Hasil analisis menunjukkan bahwa, meskipun Desa Gajahrejo memiliki kekuatan berupa keindahan alam dan keberagaman destinasi wisata, kelemahan dalam hal promosi dan infrastruktur digital perlu segera diatasi untuk memaksimalkan potensi yang ada. Di sisi lain, peluang dalam peningkatan akses teknologi dan tren wisata digital menjadi faktor eksternal yang dapat mendukung pengembangan desa, asalkan ancaman seperti persaingan dengan destinasi wisata lain dan ketergantungan pada teknologi dapat dikelola dengan baik.

Berdasarkan temuan observasi ini, tim pengabdian menyusun rencana tindakan yang mencakup pelatihan masyarakat dalam pengelolaan konten digital serta strategi promosi yang lebih efektif. Pendekatan ini dirancang untuk mengatasi hambatan yang diidentifikasi dan memaksimalkan potensi wisata Desa Gajahrejo, sehingga desa ini dapat berkembang menjadi destinasi wisata yang lebih dikenal dan diminati oleh wisatawan.

## Pelaksanaan

### Pengembangan Konten Digital

Sebagai bagian dari pengembangan profil digital Desa Gajahrejo, kegiatan pengabdian masyarakat ini fokus pada produksi konten visual yang menonjolkan keunikan dan daya tarik dari delapan destinasi wisata unggulan di desa tersebut. Tim pengabdian bekerja sama dengan masyarakat desa, terutama generasi muda, dalam proses produksi foto dan video promosi. Langkah ini diambil untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mampu mencerminkan kekayaan alam dan budaya yang ada di Desa Gajahrejo. Pembuatan konten ini dilakukan dengan pendekatan profesional, mencakup dokumentasi visual yang mendetail dan fokus pada karakteristik khas dari setiap lokasi wisata.

Air Terjun Coban Kembar dan Coban Asmoro:

Air Terjun Coban Kembar dan Coban Asmoro menawarkan keindahan alam yang masih alami, dikelilingi oleh pepohonan hijau yang lebat serta suasana sejuk dan tenang. Kedua air terjun ini menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari pelarian dari hiruk-pikuk kehidupan kota. Dengan aliran air yang jernih dan pemandangan hutan yang asri, Coban Kembar dan Coban Asmoro menghadirkan pengalaman yang menyegarkan bagi siapa saja yang mengunjungi tempat ini. Suara gemericik air yang lembut dan kesejukan udara di sekitar air terjun ini menambah kesan damai yang sulit ditemukan di destinasi lain.



Gambar 7. Coban Kembar dan Gambar 8. Coban Asmoro

Video dan foto yang dihasilkan dari kedua air terjun ini menampilkan keindahan yang memikat, dengan fokus pada detail aliran air yang mengalir tenang, kehijauan pepohonan yang mengelilingi, dan lanskap alam yang masih murni. Konten ini dirancang untuk mempromosikan Desa Gajahrejo sebagai destinasi yang tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga ketenangan yang menenangkan jiwa. Melalui visual yang memukau ini, Desa Gajahrejo diharapkan semakin dikenal sebagai tempat yang menawarkan pengalaman yang langka dan berharga bagi para pecinta alam dan wisatawan yang mencari ketenangan sejati.

Pantai Bajul Mati dan Pantai Ungapan:

Pantai Bajul Mati dan Pantai Ungapan menonjol sebagai destinasi wisata pantai yang menawarkan keindahan eksotis. Kedua pantai ini dihiasi dengan pasir putih yang lembut dan laut biru yang membentang luas sejauh mata memandang. Pantai-pantai ini tidak hanya memikat dengan keindahan alamnya, tetapi juga memberikan pengalaman yang menyenangkan dan menenangkan bagi para pengunjung. Keindahan garis pantai yang memanjang, ombak yang tenang, serta hamparan pasir putih menciptakan suasana yang sempurna bagi mereka yang mencari ketenangan di tepi laut.



Gambar 9. Pantai Bajul Mati dan Gambar 10. Pantai Ungapan

Konten visual yang dihasilkan dari kedua pantai ini menekankan pemandangan yang memukau serta berbagai kegiatan rekreasi yang bisa dilakukan, seperti berenang, bermain pasir, dan berkemah. Pantai Bajul Mati dan Pantai Ungapan dipromosikan sebagai destinasi ideal untuk wisata keluarga, dengan suasana yang aman dan ramah bagi anak-anak. Berbagai aktivitas rekreasi yang tersedia memungkinkan seluruh anggota keluarga, dari anak-anak hingga orang dewasa, untuk menikmati waktu bersama dalam lingkungan yang alami dan penuh kenyamanan.

Pantai Jelangkung dan Pantai Parang Dowo:

Pantai Jelangkung dan Pantai Parang Dowo menawarkan daya tarik yang khas melalui formasi batuan unik dan pemandangan dramatis yang mengelilinginya. Kedua pantai ini menyuguhkan keindahan alam yang masih alami dan belum banyak tersentuh oleh aktivitas manusia, menjadikannya destinasi yang sempurna bagi wisatawan yang menginginkan pengalaman yang autentik. Formasi batuan yang menjulang dan tersusun secara alami menciptakan pemandangan yang menakjubkan, yang tak hanya memanjakan mata tetapi juga memberikan kesan mendalam bagi para pengunjung.



Gambar 11. Pantai Jelangkung dan Gambar 12. Pantai Parangdowo

Konten promosi yang dihasilkan berfokus pada pesona alam yang memukau dan suasana pantai yang tenang dan damai. Dengan penekanan pada keindahan formasi batuan serta suasana eksklusif yang ditawarkan, pantai-pantai ini dipromosikan sebagai tempat yang ideal bagi mereka yang mencari kedamaian dan keindahan alam yang masih terjaga keasliannya. Pantai Jelangkung dan Pantai Parang Dowo diharapkan dapat menarik wisatawan yang ingin melarikan diri dari keramaian dan menikmati suasana yang lebih intim dan eksklusif, di tengah keindahan alam yang jarang ditemukan di tempat lain.

Pantai Watu Lepek dan Pantai Batu Bengkung:

Pantai Watu Lepek dan Pantai Batu Bengkung menyajikan pemandangan alam yang spektakuler, terutama saat matahari terbenam. Keindahan panorama yang ditawarkan saat sang surya mulai tenggelam di cakrawala menciptakan pemandangan yang memukau, ditambah dengan ombak yang menghantam batuan karang dengan dramatis. Kedua pantai ini menjadi destinasi ideal bagi para penggemar fotografi yang ingin mengabadikan momen-momen menakjubkan di alam terbuka. Kilauan cahaya matahari yang memantul di permukaan laut dan batuan karang menciptakan efek visual yang memesona, menjadikan tempat ini surga bagi para pecinta fotografi.





Gambar 13. Pantai Watu Lepek dan Gambar 14. Pantai Batu Bengkung

Video promosi menonjolkan potensi kedua pantai ini sebagai spot fotografi yang luar biasa dan destinasi wisata petualangan yang tak terlupakan. Dengan menampilkan panorama matahari terbenam yang indah serta kekuatan alam melalui ombak yang menghantam batuan karang, konten ini dirancang untuk menarik wisatawan yang mencari pengalaman visual yang luar biasa. Pantai Watu Lepek dan Pantai Batu Bengkung dipromosikan sebagai destinasi yang menawarkan lebih dari sekadar pemandangan indah; mereka adalah tempat di mana keindahan alam dan petualangan berpadu, menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap pengunjung.

Melalui pembuatan foto dan video promosi ini, keindahan alam serta daya tarik unik Desa Gajahrejo berhasil ditonjolkan secara efektif, sekaligus menunjukkan keterlibatan aktif masyarakat setempat dalam proses branding digital. Proses ini tidak hanya menyoroti pesona alam desa, tetapi juga memberdayakan warga lokal dengan keterampilan baru dalam mengelola dan memperbarui konten digital. Dengan terlibat langsung dalam setiap tahap produksi, masyarakat Desa Gajahrejo kini memiliki kapasitas yang lebih besar untuk mendukung pengembangan pariwisata berbasis komunitas secara berkelanjutan.

Pengembangan konten promosi ini memberikan manfaat ganda, yaitu memperkenalkan keunikan wisata Desa Gajahrejo ke audiens yang lebih luas, serta membangun identitas digital desa sebagai destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan domestik maupun internasional. Hasil akhir dari inisiatif ini diharapkan tidak hanya memperkuat posisi Desa Gajahrejo sebagai destinasi wisata unggulan, tetapi juga menciptakan model pemberdayaan masyarakat yang dapat diadopsi oleh desa-desa lain dalam mengembangkan pariwisata berbasis potensi lokal.

### Implementasi Profil Digital Desa

Implementasi profil digital Desa Gajahrejo berfokus pada pembuatan video profil yang menampilkan keindahan, potensi wisata, serta kehidupan masyarakat di desa tersebut. Video ini dirancang untuk mempromosikan desa sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Malang, dengan menyoroti delapan destinasi wisata utama serta kehidupan di empat dusun: Krajan, Sumberlele, Ardumulyo, dan Bajulmati.



Gambar 15. Balai Desa Gajahrejo

Video profil desa mencakup berbagai elemen yang menggambarkan kekayaan alam dan budaya Desa Gajahrejo. Dalam video ini, masing-masing dari delapan destinasi wisata utama, seperti Coban Kembar, Coban Asmoro, Pantai Bajul Mati, dan Pantai Batu Bengkung, ditampilkan dengan

visual yang menarik dan narasi yang informatif. Setiap lokasi ditampilkan dengan fokus pada keunikan dan daya tariknya, seperti panorama alam yang memukau dan suasana yang tenang. Selain itu, video ini juga menampilkan kehidupan di empat dusun, memperlihatkan aktivitas sehari-hari masyarakat, tradisi lokal, serta potensi ekonomi yang ada di setiap dusun.



Gambar 16. Potensi Desa Gajahrejo

Video profil ini juga menyoroti potensi yang ada di masing-masing dusun. Dusun Krajan, sebagai pusat pemerintahan desa, ditampilkan dengan fokus pada kegiatan budaya dan administrasi desa. Dusun Sumberlele, yang terkenal dengan pertanian dan sumber airnya, digambarkan sebagai kawasan yang kaya dengan potensi agrikultur. Dusun Ardimulyo dan Bajulmati, yang terletak dekat dengan pantai, ditonjolkan sebagai kawasan yang menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan serta aktivitas wisata pantai. Penggabungan elemen-elemen ini dalam video bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang kehidupan di Desa Gajahrejo dan potensi wisata yang dimilikinya.



Gambar 17. Visual Desa Gajahrejo

Video profil Desa Gajahrejo memanfaatkan visual berkualitas tinggi yang diambil dari berbagai sudut pandang, termasuk aerial shots yang memberikan gambaran luas tentang keindahan alam desa. Narasi dalam video ini disusun untuk memberikan informasi yang jelas dan menarik, membantu penonton memahami daya tarik dan keunikan Desa Gajahrejo sebagai destinasi wisata. Visualisasi yang kuat, dikombinasikan dengan narasi yang menyentuh, dirancang untuk menarik perhatian calon wisatawan dan menginspirasi mereka untuk mengunjungi desa.

Dengan pembuatan video profil ini, Desa Gajahrejo kini memiliki alat promosi yang efektif untuk meningkatkan visibilitasnya di mata wisatawan. Video ini diharapkan dapat digunakan dalam berbagai kesempatan promosi, baik oleh pemerintah desa maupun pihak terkait lainnya, untuk menarik lebih banyak pengunjung dan memperkuat posisi Desa Gajahrejo sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Malang. Fokus pada kekayaan alam, budaya, serta kehidupan masyarakat lokal dalam video ini menjadikannya representasi yang autentik dari Desa Gajahrejo, sekaligus memperkuat identitas desa dalam konteks pariwisata.

### Evaluasi

Evaluasi awal menunjukkan bahwa implementasi profil digital telah membawa dampak positif terhadap branding Desa Gajahrejo. Berdasarkan metrik media sosial, terjadi peningkatan yang signifikan dalam hal jumlah pengunjung situs web desa, pengikut media sosial, dan interaksi online.

Umpan balik dari masyarakat dan wisatawan menunjukkan peningkatan kesadaran dan ketertarikan terhadap Desa Gajahrejo sebagai destinasi wisata. Meskipun demikian, masih ada ruang untuk perbaikan, khususnya dalam hal konsistensi konten dan frekuensi pembaruan. Oleh karena itu, monitoring berkelanjutan diperlukan untuk memastikan profil digital desa tetap relevan dan adaptif terhadap perubahan tren wisata.



Gambar 18. Video Profil Desa Gajahrejo

Secara keseluruhan, pengembangan profil digital Desa Gajahrejo telah menunjukkan bahwa strategi branding berbasis digital dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik desa wisata. Pengalaman ini juga memberikan wawasan berharga bagi desa-desa lain yang ingin memanfaatkan teknologi digital dalam pengembangan pariwisata mereka. Dengan keberhasilan awal ini, diharapkan Desa Gajahrejo dapat terus mengoptimalkan profil digitalnya, sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan dan memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Malang.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pengembangan profil digital Desa Gajahrejo telah berhasil meningkatkan visibilitas dan daya tarik desa sebagai destinasi wisata hal ini dengan dibuatkan konten yang bisa diakses di media sosial. Melalui strategi branding berbasis digital yang mencakup pembuatan konten visual, pelatihan masyarakat, dan pembuatan website resmi desa, Desa Gajahrejo telah mengalami peningkatan interaksi digital yang signifikan. Meski demikian, untuk mencapai hasil yang lebih optimal, disarankan agar pemerintah desa meningkatkan infrastruktur digital, memperluas akses internet, dan terus mengadakan pelatihan bagi masyarakat agar mereka mampu mengelola konten digital secara mandiri dan berkelanjutan. Selain itu, pengembangan konten yang konsisten dan menarik serta kolaborasi dengan pihak luar seperti influencer atau media juga perlu dilakukan untuk memperluas jangkauan promosi. Evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi branding ini sangat penting untuk memastikan bahwa Desa Gajahrejo dapat beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar, sehingga dapat terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Malang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada Kepala Desa Gajahrejo beserta seluruh perangkat desa yang telah memberikan dukungan dan kerja sama yang luar biasa selama proses pengembangan profil digital desa ini. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga kami sampaikan kepada masyarakat Desa Gajahrejo, terutama para pemuda desa, yang dengan antusias berpartisipasi dalam pelatihan dan pengembangan konten digital. Tidak lupa, terima kasih kami sampaikan kepada LP2M UM dan Universitas Negeri Malang yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh untuk pendanaan dan pelaksanaan kegiatan ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan pariwisata Desa Gajahrejo dan menjadi inspirasi bagi desa-desa lain dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kemajuan bersama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro, A. Y., & Aziz, M. (2020). Potensi Pengembangan Setigi Sebagai Destinasi Wisata. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 5(3), 228.
- Berlianti, D. F., Al Abid, A., & Ruby, A. C. (2024). Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(1), 1861–1864.
- Bestari, N. M. P., Tobing, M. M., Kumara, I. N. I., & Latupeirissa, J. J. P. (2023). Sosialisasi dan Pendampingan Pelatihan Fotografi Sebagai Media Promosi Pariwisata di Desa Pinge, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan - Bali. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(2), 129–138.
- Bulan, D. E. (n.d.). Bunga Rampai Kaltim Green: Pengembangan Desa Mandiri. *[Unpublished Manuscript]*, 1–17.
- Dewi, K., Angligan, I. G. K. H., & Mahardika, I. M. N. O. (2023). Strategi Meningkatkan Peran Media Sosial Dalam Membranding Destinasi Wisata Sebagai Media Pemasaran. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*, 2(1), 1–11.
- Diwyarthi, N. D. M. S. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Peningkatan Promosi Desa Wisata Bongan, Kabupaten Tabanan Bali. *Monetary Policy Report*, 1(11), 105–112.
- Diwyarthi, N. D. M. S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Peningkatan Promosi Desa Wisata Bongan, Kabupaten Tabanan Bali. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 300–310.
- Ghofar, A., Hasbiy, K. U., Handaru, W. C., & Amirya, M. (2023). Peningkatan Nilai-nilai Kewirausahaan Dalam Pemasaran Produk Lokal di Desa Wisata Serang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(5), 179–181.  
<http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2435>
- Gunadi, I. M. A., Hanurajasa, D. N., & Firmansyah, R. (2022). Faktor Prioritas Pengembangan Desa Wisata Bantaragung Sebagai Desa Wisata Berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(1), 85–97.
- Indriastiningsih, E., Fitriyadi, F., & Kartinawati, E. (2024). Pelatihan Pembuatan Website Landing Page Sebagai Media Branding Kompetitif Desa Wisata Gentan Bulu. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi Destinasi Sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta ISKI*, 3(2), 135–143.
- Mulyono, R., Pangesti, R. D. A., Rosa, D. V., Prasetyo, H., & Mahardiyanto, A. (2024). Mentoring Smart Cultural Tourism Berbasis Potensi Lokal Menuju Kemandirian Ekonomi di Desa Klungkung, Kabupaten Jember. *Warta Pengabdian*, 18(1), 70–88.
- Niqotaini, Z., Gusti, K. W., & Achmad, Z. A. (2024). Meningkatkan Promosi Kampung Wisata Kuliner RW 04 Haurpancuh II Melalui Pemanfaatan Digital Marketing. *[Unpublished Manuscript]*.
- Nugraha, V. A., Medina, F. D., & Malihah, E. (2024). Pemetaan Komponen Website Desa Wisata Lebakmuncang Sebagai Media Promosi Elektronik (e-tourism). *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 14(2), 273–294.
- Peramusiwi, D., & Wijayanti, C. N. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Sumberbulu Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESSIO*, 4(1), 1–11.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2024). Community-based Tourism (CBT) Sebagai Model Pengembangan Desa Wisata Adat Desa Ngadas, Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 92.